

# ICTベンチャー・ リーダーシップ・プログラム

ワークショップの進め方

総務省 情報通信政策局  
情報通信政策課

# 目次

---

1. ワークショップの概要
  - 1-1. ワークショップの目的・位置づけ
  - 1-2. ビジネスコンセプトシートフォーマット
  - 1-3. 全体スケジュール
2. グループワークの進め方
  - 2-1. 1コマ(90分)の使い方
  - 2-2. ビジネスプラン作成における作業の段取り
  - 2-3. 計画を立てる
  - 2-4. ディスカッションの進め方
3. ビジネスプランの作成方法
  - 3-1. ビジネスアイデア
  - 3-2. つくりたい会社のイメージ
  - 3-3. マーケティング (顧客、市場、競争相手)
  - 3-4. マーケティング (自社の強み、商品・サービス)
  - 3-5. ビジネスモデル
  - 3-6. 必要資金
  - 3-7. リスク、中長期プラン
4. ビジネスプラン発表の手順
  - 4-1. ビジネスプランを発表する時のポイント
  - 4-2. プレゼンの流れ
  - 4-3. プレゼンの練習
  - 4-4. プレゼンで気を付けること

---

## 1. ワークショップの概要

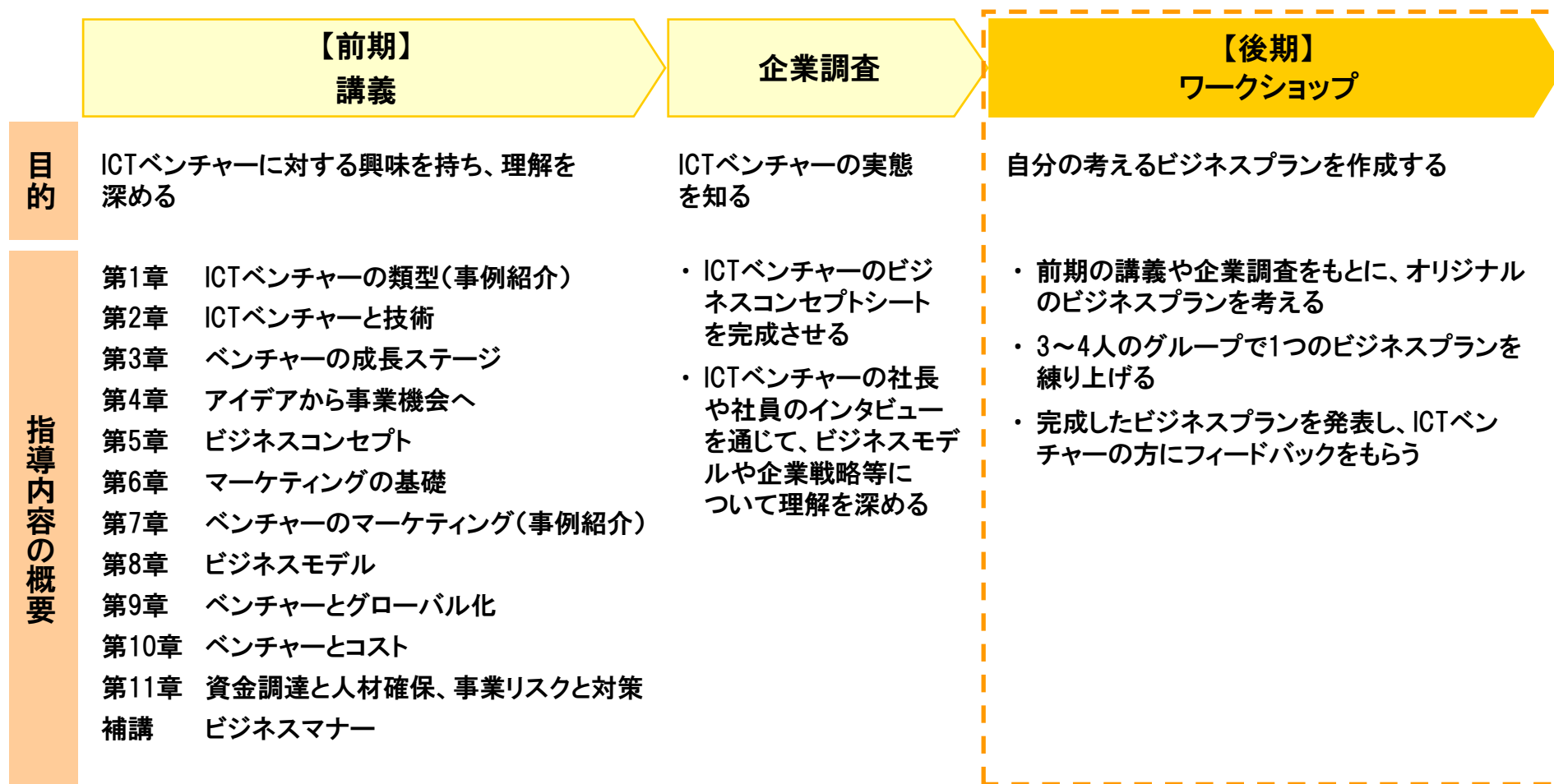
2. グループワークの進め方

3. ビジネスプランの作成方法

4. ビジネスプラン発表の手順

# 1-1. ワークショップの目的・位置づけ

- 本プログラムでは、技術的な分野への理解も深めながら、ICTベンチャーのビジネスプランの作成方法を習得します。
- 前期は講義形式でICTベンチャーに興味をもってもらい、後期はワークショップ形式でビジネスプランを作成してICTベンチャーの経営幹部候補生(高度IT人材)を育成することを目指します。
- 授業1コマを90分とし、前期12コマ(2単位)、後期12コマ(2単位)、計24コマ(4単位)を想定しています。



# 1-2. ビジネスコンセプトシートフォーマット

■ 3～4名のグループで1つのビジネスコンセプトシートを完成させます。

会社名:	キャッチフレーズ:																	
夢・目標:																		
<b>顧客:</b> <u>誰が買ってくれるのか?</u>  	<b>商品・サービス:</b> <u>何をどのように売るのか? (4Pの視点)</u> 【Product】  【Price】  【Place】  【Promotion】	<b>ビジネスモデル:</b> <u>どうやって儲けるのか?</u>  																
<b>市場:</b> <u>参入するのはどんな市場?</u> 【市場規模】  【成長率】  【参入障壁】  【ポジショニング】																		
<b>競争相手:</b> <u>競合する会社や技術は?</u>  	<b>自社の強み:</b> <u>会社(商品)の強みは?</u>  	<b>必要資金:</b> <u>どうやって資金を集めるのか?</u>  																
		<b>リスク:</b> <u>予想されるリスクは?</u>  																
		<b>中長期プラン:</b> <u>時期ごとの事業戦略は?</u> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;">第1期</td> <td style="width: 33%;">第3期</td> <td style="width: 33%;">第5期</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">売上/利益</td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> </tr> <tr> <td style="border: none;">従業員数</td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> </tr> <tr> <td style="border: none;">商品・サービス</td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> <td style="border: none;"> </td> </tr> </table>		第1期	第3期	第5期	売上/利益				従業員数				商品・サービス			
	第1期	第3期	第5期															
売上/利益																		
従業員数																		
商品・サービス																		

## 1-3. 全体スケジュール

- ビジネスプラン作成の過程において、中間発表を2回実施し、最後に完成したビジネスプランの発表会を行います。
- 全部で12コマ程度を想定しています。



---

1. ワークショップの概要

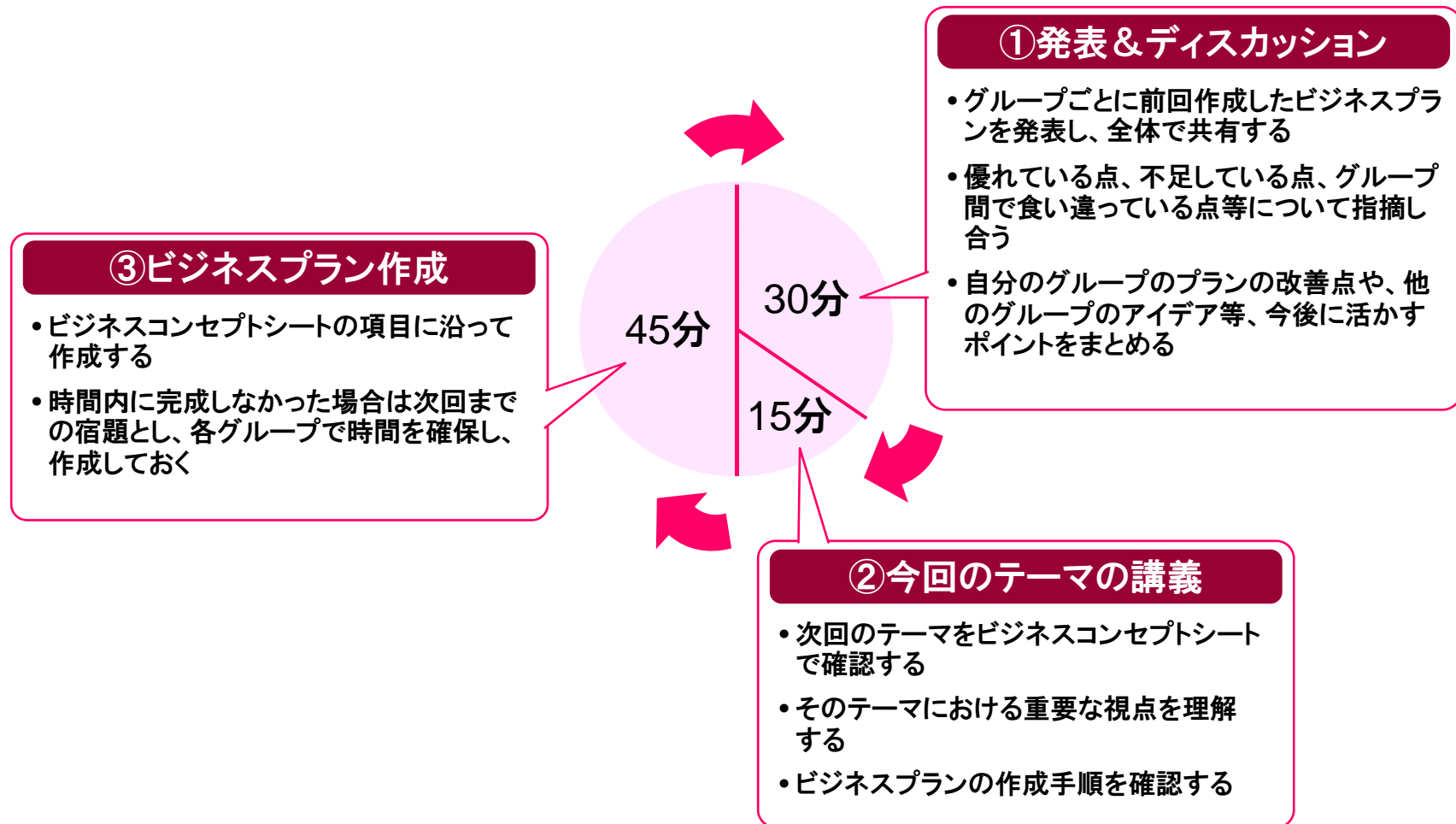
2. グループワークの進め方

3. ビジネスプランの作成方法

4. ビジネスプラン発表の手順

## 2-1. 1コマ(90分)の使い方

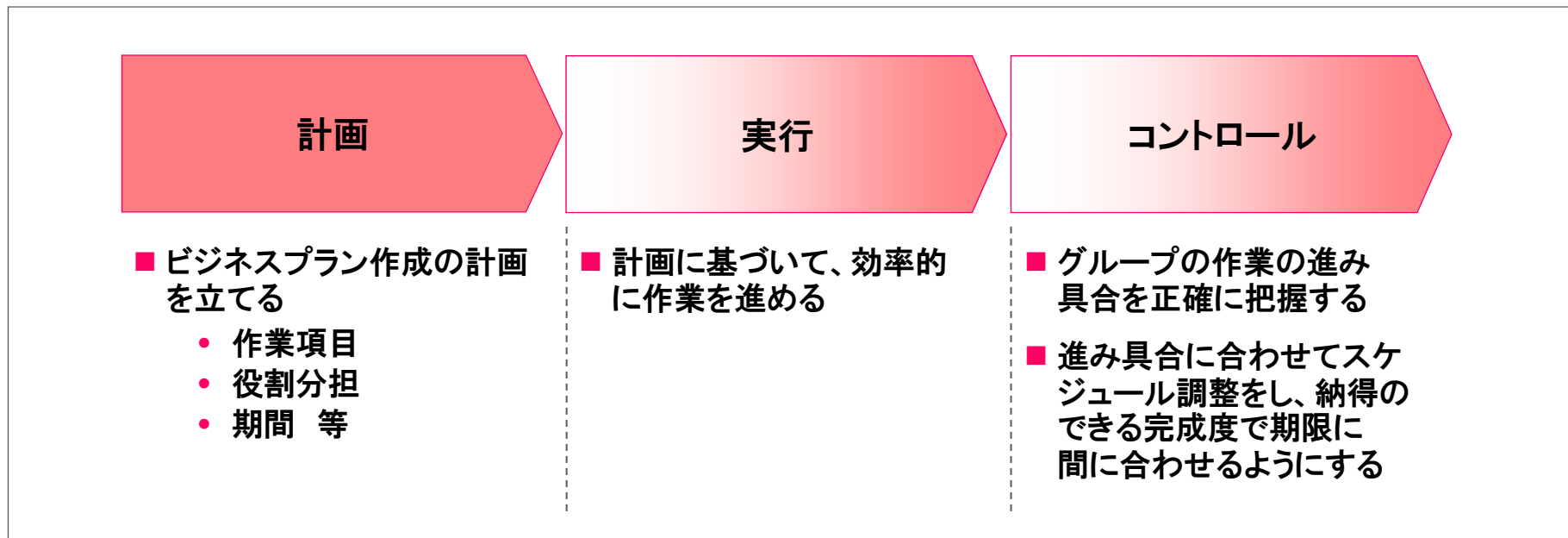
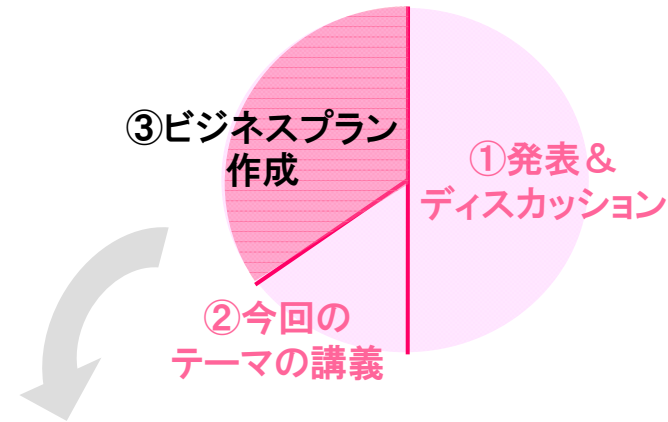
- ワークショップの前半は、前の回で作成したビジネスプランの一部を発表し、ディスカッションを行います。
- 後半は、各回のテーマでビジネスプランを作成します。





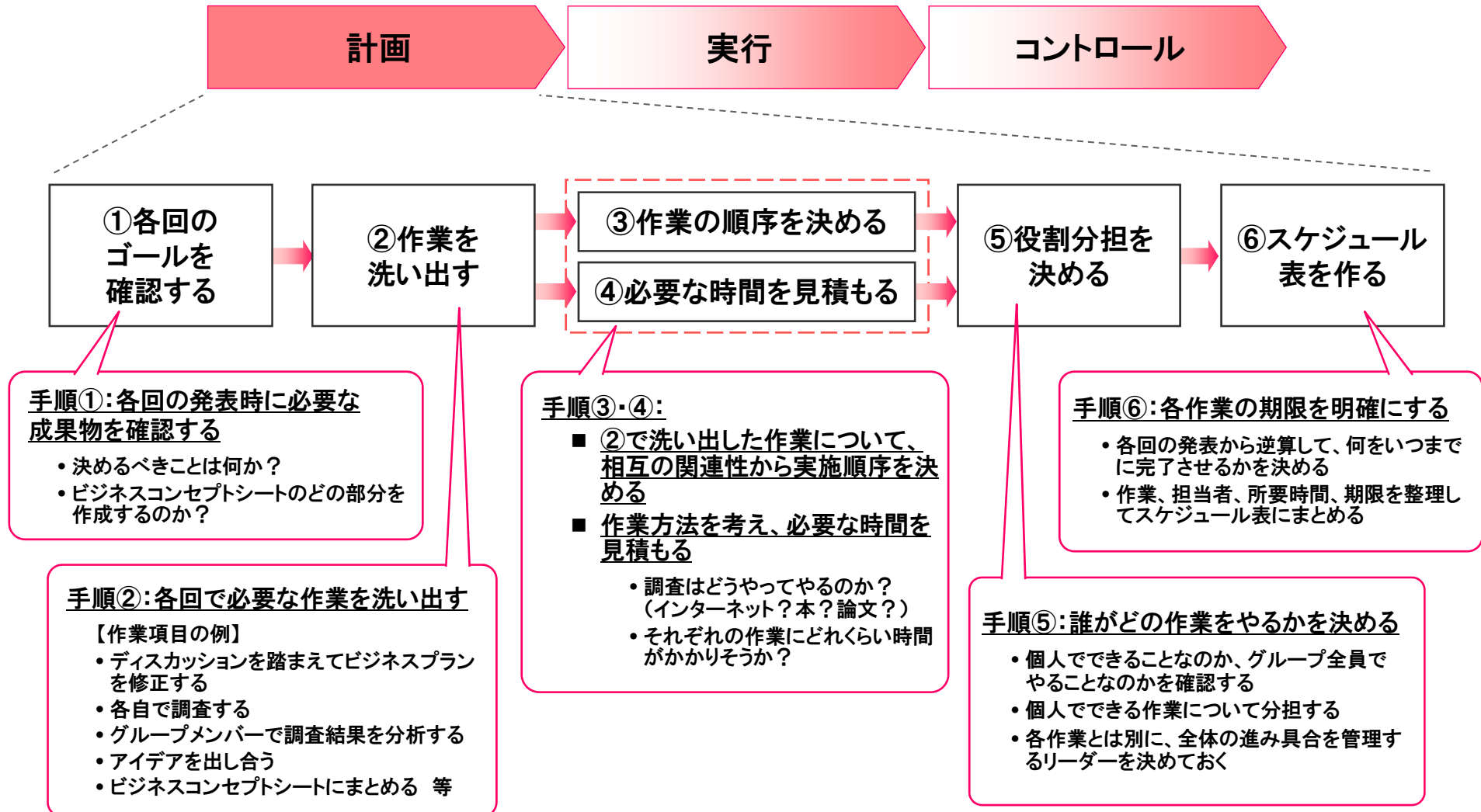
## 2-2. ビジネスプラン作成における作業の段取り

- グループでビジネスプランを作成するにあたり、作業の段取りを考えてから取り組みます。



## 2-3. 計画を立てる

- 作業の段取りにおいて重要なのは、作業を始める前にしっかりと計画を立てることです。
- 各回において、「誰がいつまでに何をどうやってやるのか」を明確にしてから作業を始めます。



## 2-4. ディスカッションの進め方

- グループでディスカッションをする際は、「司会」「タイムキーパー」「記録係」を決め、スムーズに進行できるように協力します。

### 何も決めずにディスカッションを始めると・・・



- ☹️ ディスカッションがスムーズに進行せず、時間内に結果を出すことができない
  - \* ディスカッションの目的を共有していない
  - \* 特定の人意見しか反映されていない
  - \* 時間管理をしていない

### 各自の役割を決める



- ☺️ ディスカッションごとに役割を決め、有意義な議論ができるようにグループで協力する
  - 司会: 会議の進行
  - タイムキーパー: 時間管理
  - 記録: 議論の内容をメモする


- 
1. ワークショップの概要
  2. グループワークの進め方
  3. ビジネスプランの作成方法
  4. ビジネスプラン発表の手順

## 3-1. ビジネスアイデア

---

インターネットを使ったビジネスについて、グループでいろんなアイデアを出し合おう



 どのアイデアをビジネスコンセプトに落としていくか、具体的なビジネスプランへ練り上げていくかを決めよう

## 3-2. 作りたい会社のイメージ

前期講義  
との関連

第1章

第4章

第5章

- 何を指して起業するのかを明確にします。
- どんな会社になりたいのかをイメージします。



会社名

自分のイメージする会社の名前は？

- ・ 名前の由来は？
- ・ 名前に込められている思いは？

キャッチフレーズ

会社(事業)を一言でアピールすると？

- ・ 新聞記事のタイトルにするとしたら？

夢・目標

起業を通して成し遂げたい夢・目標は？

- ・ 会社が事業を成功させて実現したいことは何か？
- ・ どうやって社会に貢献しようとしているのか？
- ・ どんな会社をつくりたいのか？
- ・ 3年後、5年後、10年後の未来予想図をどんな風に描いているのか？

## 【演習シート】つくりたい会社のイメージ(1/2)

各自で、会社の名前を3つ考えてみよう

会社名	名前の由来、込められている思い

各自で、会社や事業のキャッチフレーズを思いつくだけ挙げてみよう

<キャッチフレーズ>



アイデアがそろったら、会社名とキャッチフレーズそれぞれについてグループで話し合い、1つに絞ろう(新たに考えてもOK)

## 【演習シート】つくりたい会社のイメージ(2/2)

---

起業を通して成し遂げたい夢や目標を、グループで話し合いながら3つ考えてみよう

--

--

--



### 3-3. マーケティング (顧客、市場、競争相手)

- 「顧客」を分析し、自社が狙うターゲットを明確にします。
- 次に「市場」を分析し、ビジネスとしての規模感をつかみます。
- 同じターゲットを相手に、もしくは同じ市場において、競争相手がどのような戦略を打ち出しているのかを調査します。



#### 顧客

##### 誰に対して商品・サービスを提供するのか？

- ・ お客さんは誰？
- ・ お客さんの具体的なイメージは？(年齢、性別、職業、住所、家族構成、生活スタイル等)
- ・ 誰のどんなニーズに応えたいのか？
- ・ どのような不満や不便を解消することができるのか？その不満や不便はどのくらい切実なのか？

#### 市場

##### 参入するのはどのような市場なのか？

###### 【市場の規模】

- ・ 市場全体の売上高は？
- ・ どのような会社は何社くらいあるのか？

###### 【市場の成長性】

- ・ この数年間でどのくらい成長しているのか？
- ・ これから成長しそうなのか？

###### 【参入障壁】

- ・ 参入するのが難しいか？簡単か？  
(参入している企業が多ければ簡単、少なければ難しい)

###### 【市場におけるポジショニング】

- ・ 参入したら業界何位になれるのか？
- ・ マーケットシェアは何%とれそうなのか？

#### 競争相手

##### 競合する会社や技術は？

###### 【競合の数、マーケットシェア】

- ・ 同じ顧客を狙っている商品・サービス(類似商品)はどのくらいあるのか？
- ・ それらのマーケットシェアは何%なのか？

###### 【競合のビジネス規模】

- ・ 競合はどのくらいの売上高・利益を上げているのか？

###### 【競合の強み】

- ・ 競合は何が強く、どこで勝負しているのか？
- ・ 競合の今後の新商品戦略はどうなっているのか？
- ・ 今後、自分の会社の商品・サービスを真似されたら負ける恐れのある会社は？

## 【演習シート】マーケティング (顧客)

(1)お客さんの具体的なイメージをグループで話し合おう

【例】

- ・外食やコンビニ弁当等の高カロリーな食事ばかりしている人
- ・仕事で忙しく、自炊する手間が面倒な人
- ・家事に苦勞している一人暮らしの高齢者

<ターゲットにするお客さん>

(2)お客さんにどんなニーズがあるか考えよう

【例】

- ・自分の健康状態に合った食事をしたい
- ・家庭的な料理を手軽に自宅で食べたい
- ・食事の用意をしてほしい

<ニーズ>



## 【演習シート】マーケティング（競争相手）

(3) 競争相手について調査し、下の表にまとめてみよう

グループで、競争相手となる会社や商品・サービスを挙げる  
分担して誰がどの会社を調査するかを決め、各自で調査する

会社名	商品・サービスの概要	売上/利益	市場シェア	強み	弱み

(4) (2)の中で、(3)で調べた競争相手が満たしていないのはどんなニーズか考えよう

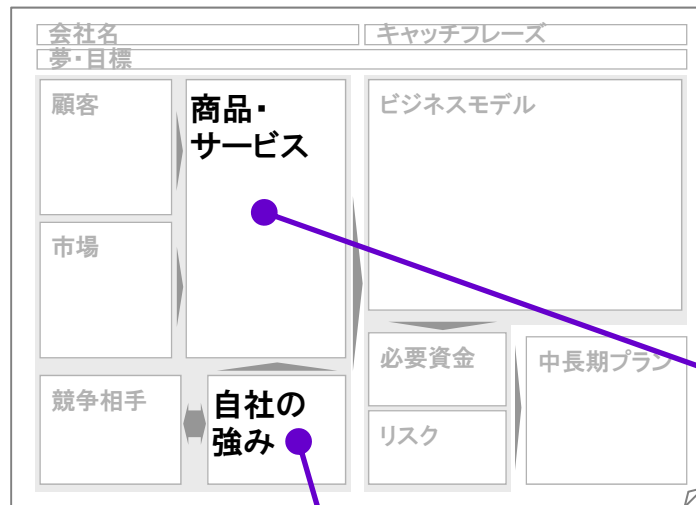
## 【演習シート】マーケティング (市場)

(5) ターゲット市場について調査し、下の表にまとめてみよう

ターゲット市場	市場
市場規模 (市場全体の売上高)	円
参入している会社数	社
上位を占めている 会社	
成長率	過去5年間
	昨年比
自社が参入した場合の ポジショニング	市場における順位 位
	市場シェア %
市場のトレンド・予測	

### 3-4. マーケティング (自社の強み、商品・サービス)

- 自社が何で勝負しているか(差別化要因)を把握します。
- 顧客や市場、競合等が取り巻く環境下において、実際に自社が勝てるのかを分析します。
- 商品・サービスを4Pの視点で具体的に考えます。



**自社の強み**

会社(商品・サービス)の強みは何か?

【自社の強み領域】

- ・ これなら競争に勝てる、こわい相手は全然いないな、と誰もが納得できる強みは？(商品・サービスの内容? 値段? チャンネル)
- ・ 将来も勝てるのか?

**商品・サービス**

何をどのように売るのか?(4Pの視点)

【Product】

- ・ 一言で言うとどんな商品・サービスなのか?
- ・ どのように顧客の不満や不便を解消できるのか?

【Price】

- ・ 商品・サービスにどのくらいお金を払ってくれるのか?
- ・ 類似商品に比べて高いのか安いのか?(なぜ高いのか? 安いのか?)

【Place】

- ・ 顧客はどこで商品・サービスを買うのか?(店頭、Web、携帯電話等)
- ・ 何月に一番売れているか? 何時ごろに売れているか?(季節の時間帯によって売る場所を変える必要があるか?)

【Promotion】

- ・ 顧客はどのようにして(どこで)商品・サービスを知ることか?
- ・ 顧客に商品・サービスのことをどのように宣伝したら一番よくわかってもらえるのか?(広告、Webサイト、Eメール、販売員、PR等)
- ・ 顧客が「よしこれを買おう!」と思うまでにどれくらいの時間がかかるか? 購入の決め手は何か?

# 【演習シート】マーケティング（自社の強み）

●(2)のまとめ

<お客様のニーズ>

●(4)のまとめ

<自社のねらい目となるニーズ>

(6) (2)・(4)を踏まえて、どうやったら競争相手に勝てるか、自社の強みをまとめよう

<自社の強み>

## 【演習シート】マーケティング (商品・サービス)

商品・サービスについて具体的に考えよう

ターゲットとなるお客様のニーズを満たせるのか？

自社の強みを活かせるのか？

商品・サービス名	
説明	
提供方法 (場所・タイミング等)	
価格	
プロモーション方法	

## 3-5. ビジネスモデル

- 「プレーヤー」「モノ」「カネ」の動きを追い、ビジネスモデルを作成します。



### ビジネスモデル

#### どうやって儲けているのか？

- ・ 顧客と自社以外にどのような関係者がいるのか？
- ・ プレーヤーの間でどのようにお金が流れるか？
- ・ プレーヤーの間でどのようにモノ(商品・サービス、材料等)が流れるか？
- ・ 「売上>コスト」になっているのか？  
(ビジネスモデルは成り立つのか？)



# 【演習シート】ビジネスモデル

「自社」と「お客さん」以外にどんなプレーヤー(人・企業・メディア等)が関わっているか、グループで考えてみよう

< 必要なプレーヤー >

テキスト第8章を参考にしながら、各自でビジネスモデルを作成してみよう

< ビジネスモデル >



各自の案を持ち寄ってグループで話し合い、ビジネスモデルを完成させよう

## 3-6. 必要資金

前期講義  
との関連

第10章

第11章

- 事業を始めるためには、何にいくら必要なのかを見積もります。
- 必要な資金をどうやって集めるかを考えます。



### 必要資金

#### 事業を始めるためにいくら必要なのか？

##### 【創業期の必要資金】

- ・ 事業を立ち上げるにはどのような支出があるのか？
- ・ そのためにいくら必要なのか？

##### 【資金調達】

- ・ どうやってお金を集めるのか？
- ・ 誰から借りののか？

# 【演習シート】必要資金

事業を立ち上げるのにどんな支出があるかグループで考えてみよう

支出項目	支出額
合計	円

## 3-7. リスク、中長期プラン

前期講義  
との関連

第3章

第11章

- 「リスク」では、事業がうまくいかなかったときのことを予想し、対策を考えます。
- 「中長期プラン」では、創業から5年間程度の経営プランを「売上」「従業員数」「商品・サービス」の視点で考えます。



### リスク

#### 予想されるリスクは？

- ・ 事業がつまづくとしたら、どんなことをつまづきそうか？
- ・ 事業がつまづかないためにはどうすればよいか？
- ・ もしつまづいてしまったらどのように対処すればいいのか？

### 中長期プラン

#### 時期ごとの事業戦略は？

##### 【会社の規模】

- ・ 売上/利益や従業員数はどのくらい増えるのか？
- ・ ずっと続けて儲かるのか？

##### 【商品・サービス】

- ・ 種類・量を増やしていくのか？
- ・ 今後どこまで拡大するのか？
- ・ どうやって展開していくのか？

# 【演習シート】リスク

事業がつまづくとしたらどんなことでつまづきそうか、  
グループで予想してみよう

< 予想されるリスク >

事業がつまづかないためにはどうしたらいいか、予防策を考えよう

< 予防策 >

もしつまづいてしまった場合はどう対応すればいいか、主なリスク  
について対策を考えよう

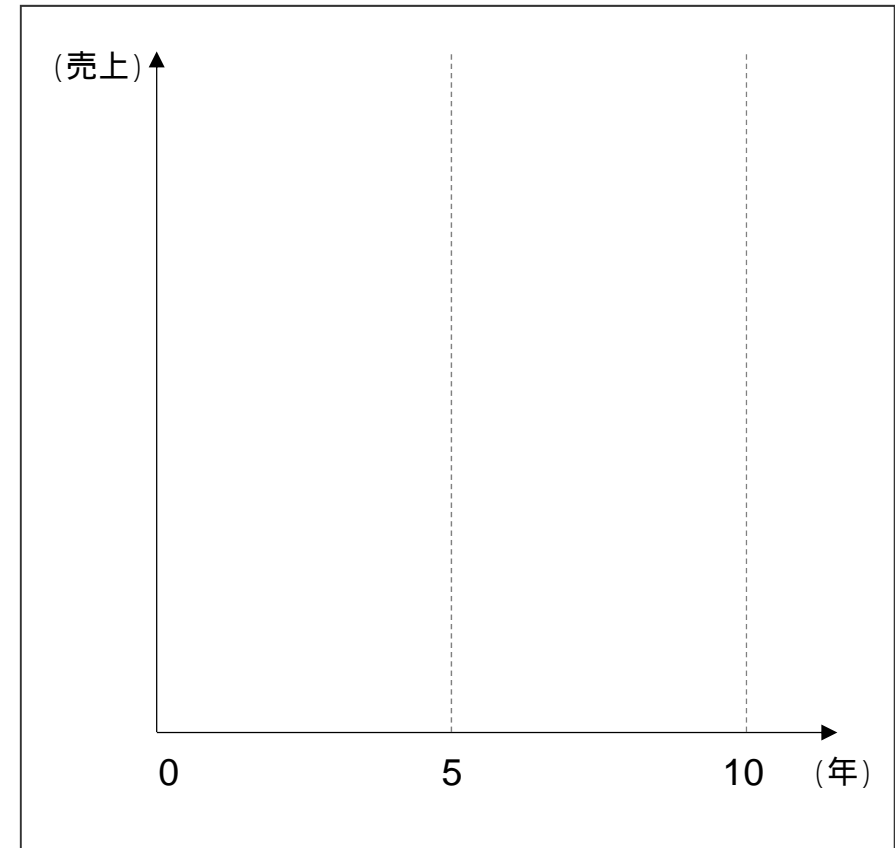
< 対策 >

# 【演習シート】中長期プラン

グループで創業から5年間の成長プランを考えよう

	第1期	第3期	第5期
売上			
利益			
従業員数			
事業内容 (主力商品・サービス)			

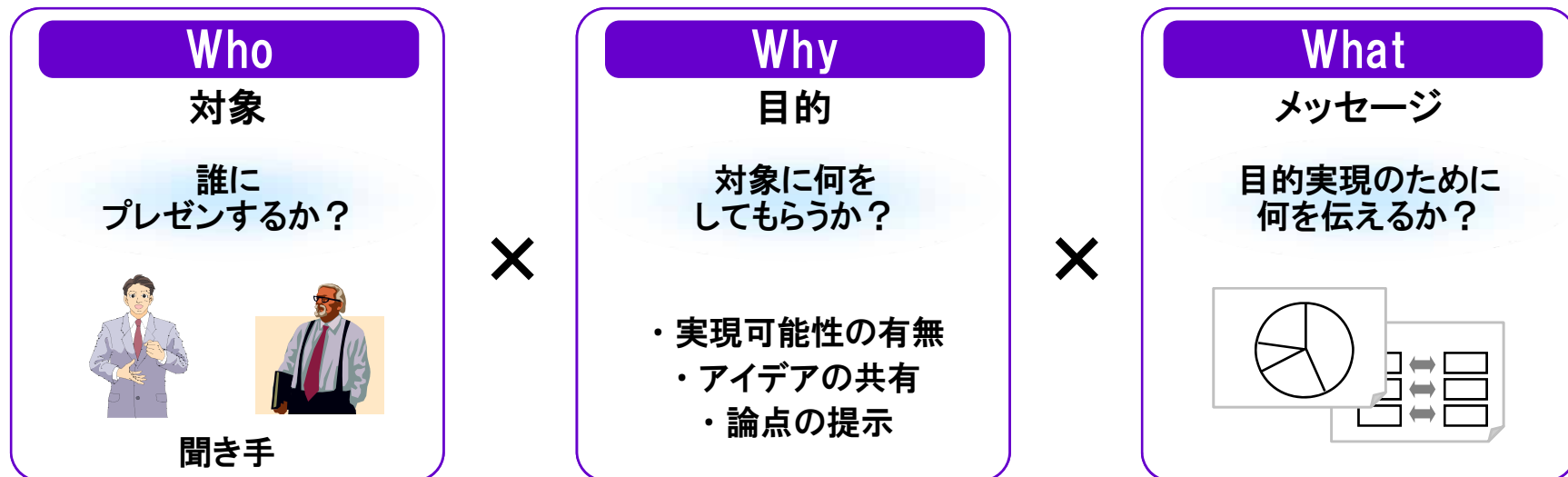
自社の成長イメージをグラフに表してみよう



- 
1. ワークショップの概要
  2. グループワークの進め方
  3. ビジネスプランの作成方法
  4. ビジネスプラン発表の手順

## 4-1. ビジネスプランを発表する時のポイント

- 発表では、ビジネスプランについてのプレゼンテーションを行います。
- プレゼンテーションの目的は、発表者が喋って気持ちよくなるためではなく、あくまで聞き手のなんらかの行動を促すことです。



- 対象によってプレゼンに対するリアクションが異なる
  - ・ ICTベンチャーの社員
  - ・ 担当教授
  - ・ 他のグループの学生 等
- プレゼンの結果、対象(聞き手)に何をしてもらいたいかを明確にしておく
  - ・ 実際のビジネスとして通用するのか
  - ・ 専門的な視点が欲しい
- 目的と対象に合わせてメッセージを決定する
- 効果的にメッセージを伝達する方法を選ぶ
  - ・ スライド
  - ・ レジューメ
  - ・ データ/資料 等



## 4-2. プレゼンの流れ

- プレゼンテーションの構成を考え、聞き手を引き込む盛り上がりを作ります。
- 本当に伝えたいこと(メッセージ)に多く時間を割きます。

### プレゼンのストーリー



- ・ プレゼンの構成や目的を紹介
  - ・ プレゼンの重要性の強調
  - ・ 前提知識や経緯の共有
- ・ テーマについて根拠を明確にしながら主張を展開
  - ・ データや事例等の事実から方向性を提示
- ・ プレゼンで触れた内容についてポイントを確認
  - ・ 結論や依頼事項を念押し

### スピーチの時間配分

本当に伝えたいこと(メッセージ)に時間をかける

説明する資料に満遍なく時間を配分する

## 4-3. プレゼンの練習

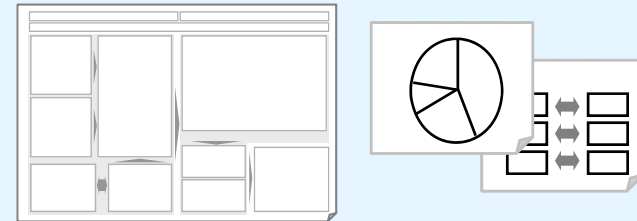
- プレゼンを頭の中でイメージするのと、実際にやってみるのとでは全く違います。慣れるまでは、練習をしてから臨みましょう。

### プレゼンの練習

- 最初から、うまく話そうとするのではなく、基本に忠実に『伝えたいメッセージを確実に伝える』ことから
- 最初のうちは台本を用意して、各スライドでの『メッセージ』や次のスライドへ移る際の『繋ぎ台詞』を用意する
- 練習はなるべく本番に近い環境でしっかり声を出して行う(時間も計る)



### メモの用意



- 伝えるべきメッセージ
- 具体例や事例等スライド・資料には書いていない情報
- 過去の発表やディスカッションとの関連  
⇒『前回の発表を受けて、〇〇を変更しました』
- 次の展開への繋ぎ  
⇒『顧客、市場、競争相手の分析から、自社の強みを次のように設定しました』

## 4-4. プレゼンで気を付けること

- プレゼンをする際は、話し方だけではなく、目線や表情、立ち振る舞い等についても気を配ります。

